Tableau DataFest

데이터 기반 마케팅, 비즈니스 성과를 가속화하다.

에코마케팅의 대시보드 환경 구축기

박소민

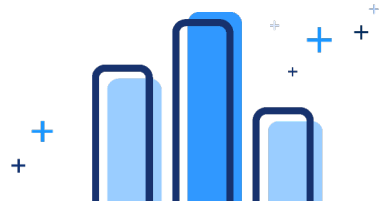
Data Engineering & Analytics Unit Leader

Email : psm0621@echomarketing.co.kr

Agenda

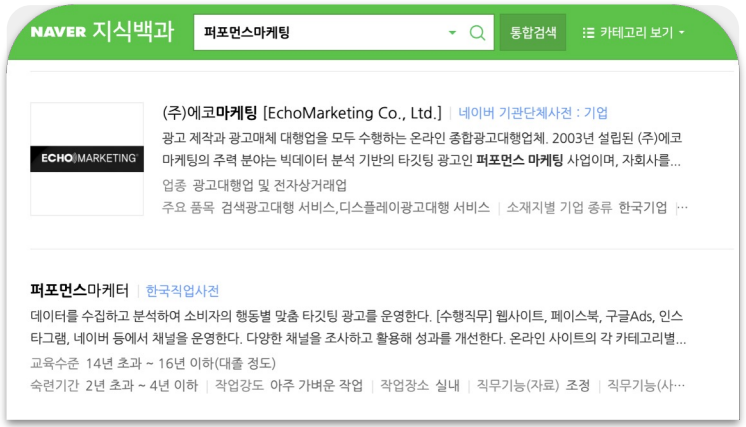
Tableau DataFest

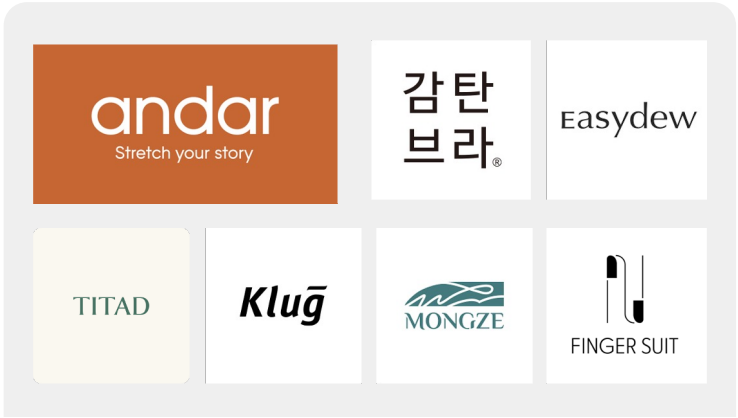
1. **Intro :** 에코마케팅 소개
2. **Case1 :** 실시간 모니터링 대시보드 사례
3. **Case2 :** 인덱스 분석 대시보드 사례
4. **Case3 :** 비즈니스 통합 성과 대시보드 사례
5. **Summary**



에코마케팅 소개

퍼포먼스 마케팅 1위 광고대행사이자 커머스 전문 기업





코스닥 상장사

- 2016년 코스닥 상장
- 시가 총액 약 4,300억원
- 온라인 광고대행사이자 D2C 커머스 전문 기업

퍼포먼스 마케팅 1위

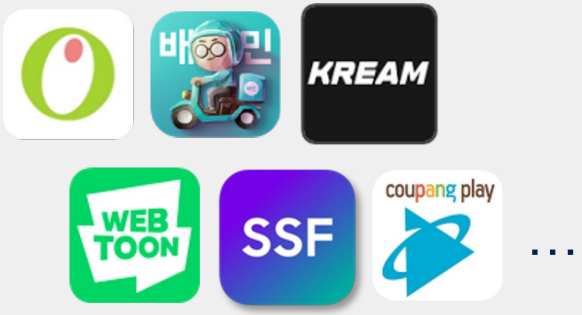
- 국내 최초 퍼포먼스 마케팅 도입
- 단독대행사 기준 취급고 1위 (대기업 계열사 외)
- 국내외 최상위 매체사들이 모두 인정하고 추천하는 마케팅 회사

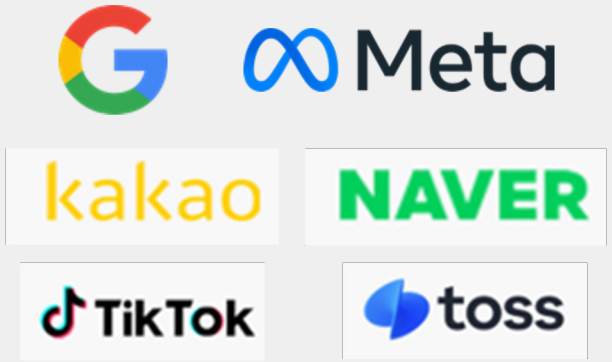
커머스 전문 기업

- 안다르, 데일리앤코 (클럭/몽제/티타드/핑거수트) 커머스 업종 자회사 운영
- 그외 감탄브라, 이지듀 등 다양한 브랜드와 투자·육성 사업모델 운영

Data-Driven Marketing의 힘

수많은 고객사와 브랜드의 대상으로 마케팅 성공 사례를 만들어 옴





국내외 Major App 고객사

- 전 국민이 사용하는 Major App 서비스의 광고 운영
- 많은 양의 트래픽 데이터 수용 가능한 데이터 인프라 필수
- 프리미엄 데이터 서비스 필수

국내외 Top Media 파트너사

- 국내외 Top 미디어에서 가장 먼저 추천하는 마케팅 Agency
- 1위 취급고와 타사 대비 탁월한 성과 메이드 역량 인정받아 프리미어 파트너사로서 협력 관계 유지
- 자체 러닝 미디어들에서 성과 만들어내기 위해 깊이 있는 데이터 분석 필수

자회사 브랜드의 시장 확대

- 상품 카테고리 확장 및 다양한 국가 진출을 통한 시장 확대 전략
- 그 과정에서 풍부한 기반 데이터 제공 환경 필수

데이터 조직 소개

사용자 중심의 데이터 환경을 구축하고,
마케팅에 필요한 데이터를 빠르고 정확하게 공급해주는 역할

Tableau DataFest

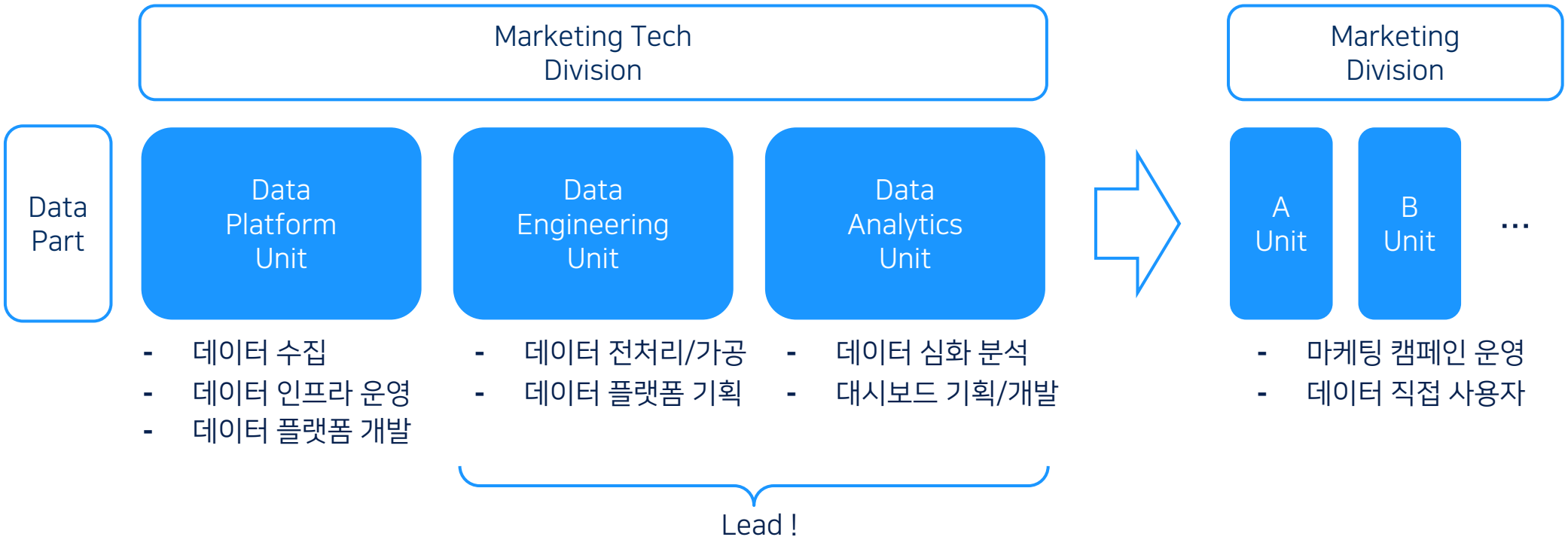
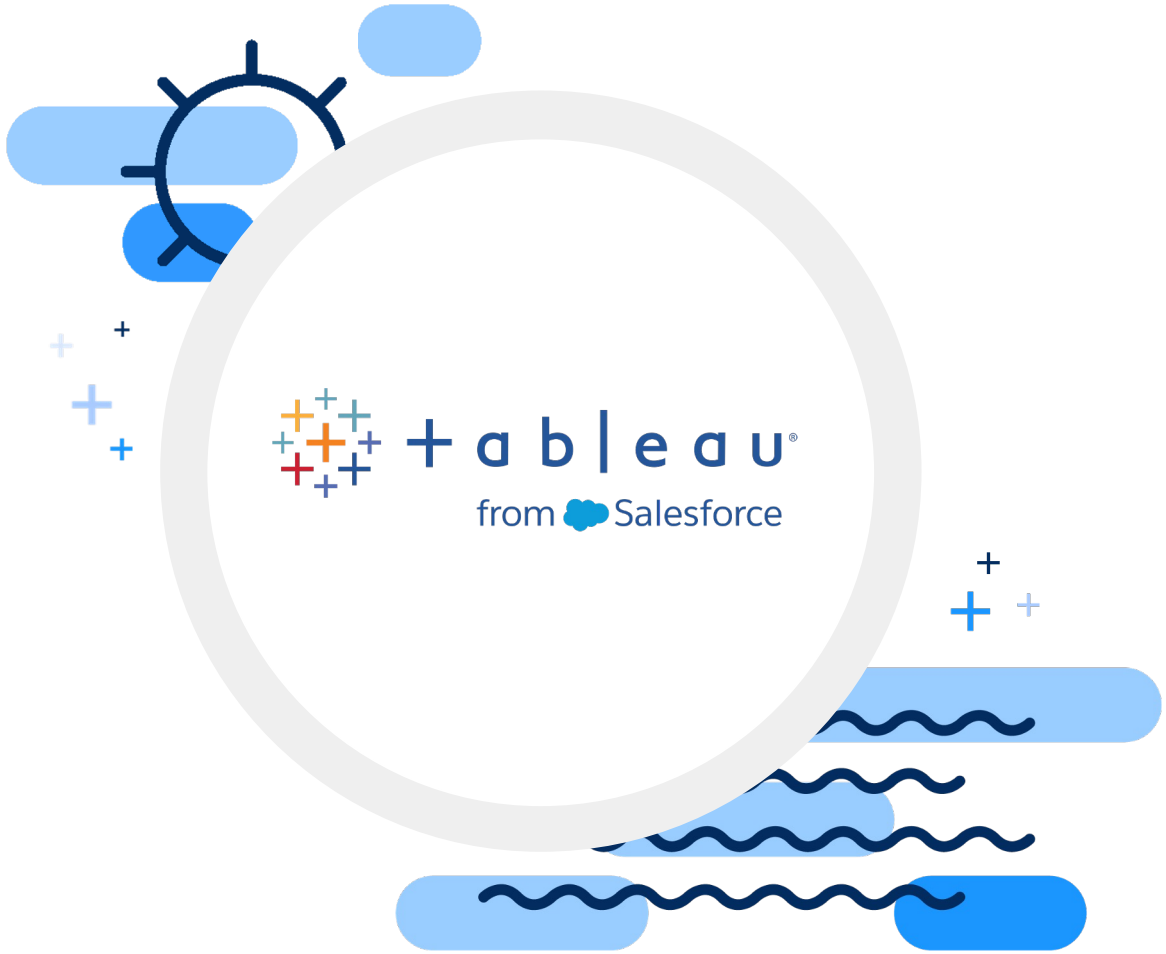


Tableau DataFest



지난 10년간 Tableau와 함께 만들어 온 데이터 환경

그 여정을 소개드리겠습니다.

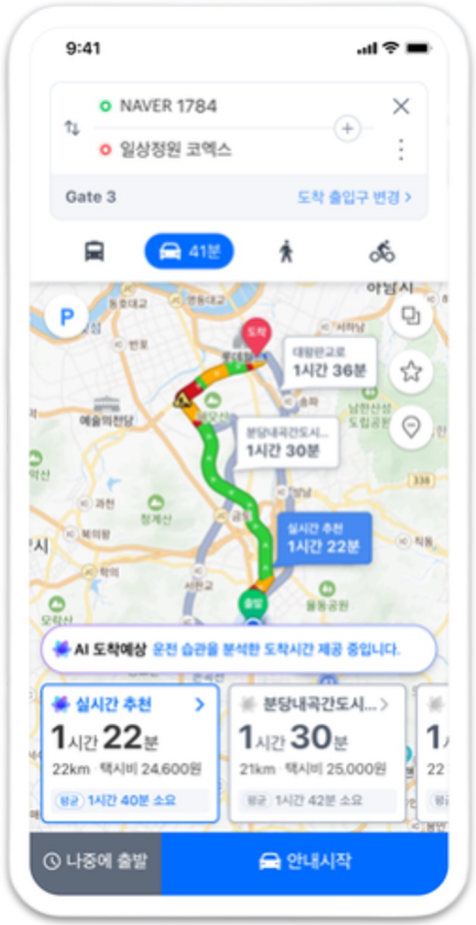
Tableau DataFest

실시간 모니터링 대시보드 사례

Case 1

실시간 데이터 모니터링의 필요성

퍼포먼스 마케팅에서 실시간 데이터 모니터링은 선택이 아닌 필수



일 평균 조회수 2,000회

1인당 조회수 17회/일

활성 사용자 93%

태블로 대시보드의 높은 사용률 : 실시간 대시보드 영향

- 24/7 퍼포먼스 마케팅 운영 시 광고 성과 실시간 최적화는 성과 증대에 필수적
- 프로모션 시기, 예산 확장 시기 등 집중적 성과 모니터링 필요한 경우 더욱 유용
- 광고비 초과 혹은 미소진 사고 발생 방지 위한 알림 시스템 병행

실시간 대시보드 - 도입 과정 (1)

데이터 파이프라인의 성능 개선을 위한 인프라 컨버팅 작업 수행

실시간 처리 데이터 양 절대적 많음

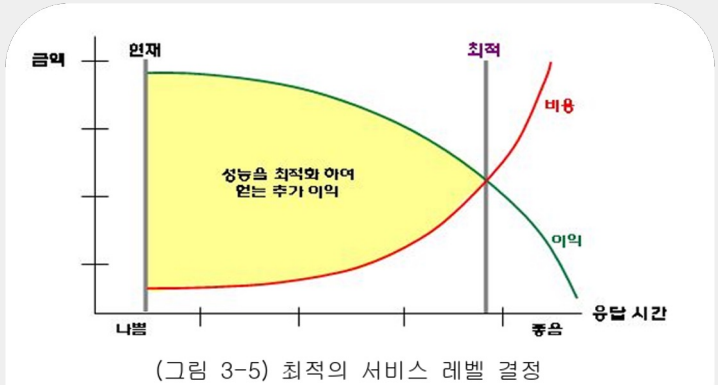
- 모든 정보를 통합해서 분석할 수 있는 형태로 전처리
- 수많은 매체 데이터를 계정 수만큼 수집/처리/저장 필요
- 매 시간 처리할 데이터 양과 컴퓨팅 리소스가 상당
- 기존 데이터 파이프라인에서 이슈 자주 발생

데이터 파이프라인 성능 상향

- 데이터 파이프라인 성능 개선 위해 databricks 서비스 도입
- spark 기반의 병렬 처리 가능해져 데이터 처리 획기적 향상
- 스트리밍성 데이터 처리 과정도 성능 개선

실시간 대시보드 - 도입 과정 (2)

비용 효율성 고려한 서비스 범위 설정을 통해 서비스의 최소 ROI 확보



(그림 3-5) 최적의 서비스 레벨 결정

응답시간
& 비용
: 반비례 관계

사용자 니즈 조사 결과 :

- 10-15분 단위 데이터 최신화
- 실시간용 간소화 데이터
- 미디어 단위 커스텀 형태

비용 과도한 집행 가능성 존재

- 데이터 서비스 속도와 처리 비용 간 음의 상관 관계
- 서비스 속도를 무제한 높인다면 비용의 과도한 집행 가능성
- 적절한 균형점 찾아야 함

최적의 비용:성능 구간 반영

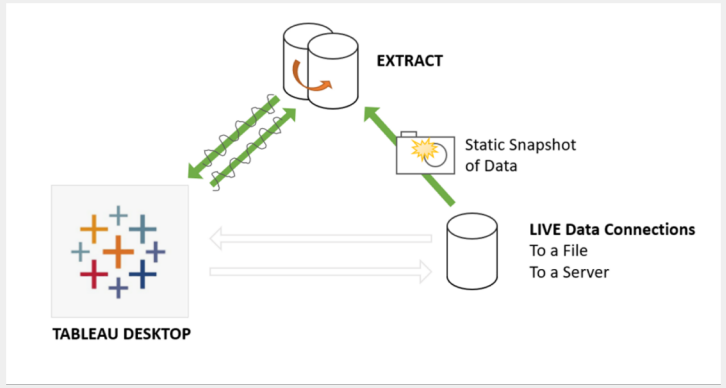
- 사용자 사용 상황 고려한 최소 지점 설정
  1) 매 10-15분 간격까지 수용 가능
  2) 데일리 데이터셋 대비 일부 간소화 가능
  3) 미디어 단위 커스텀 반영은 필요

출처 : 정보시스템 성능관리 지침 / 한국정보통신기술협회 / 2007.12.26

실시간 대시보드 - 도입 과정 (3)

대시보드 사용자들의 높은 사용 빈도를 고려하여 속도/접근성 등 사용성 더욱 증대

일 평균
조회수
2,000건



태블로 추출
- 쿼리횟수 ↓
- 속도 ↑

로드 속도&접근성 더욱 중요해짐

- 사용자들의 사용량 점차 증대 → 뷰 로드 속도 부하
- 태블로 '라이브' 연결 사용 시 태블로 서버 동시 쿼리 발생

추출 새로고침 & Mobile 기능 활용

- 태블로 라이브 연결 대신 '추출' 새로고침 전환
- 새로고침(서버 쿼리) 횟수 최소화 & 로드 속도 최대화
- AM 기능과 라이선스 확장하여 추출 서버 용량도 증대
- 추가로 Tableau Mobile 적극 권장하여 접근성 높임

실시간 대시보드 - 도입 과정 (4)

전사 단위 대시보드 확장 시 효과적이었던 “단계적 확장”

비효율 예상 원인 :

- 많은 계정 수
- 개별적인 요청 형태
- 비표준화된 제작 방식

1. 첫 계정 POC 형태 도입
2. 표준화 전사 확장
3. 부분적 고도화

전사 일괄 도입 시 비효율 우려

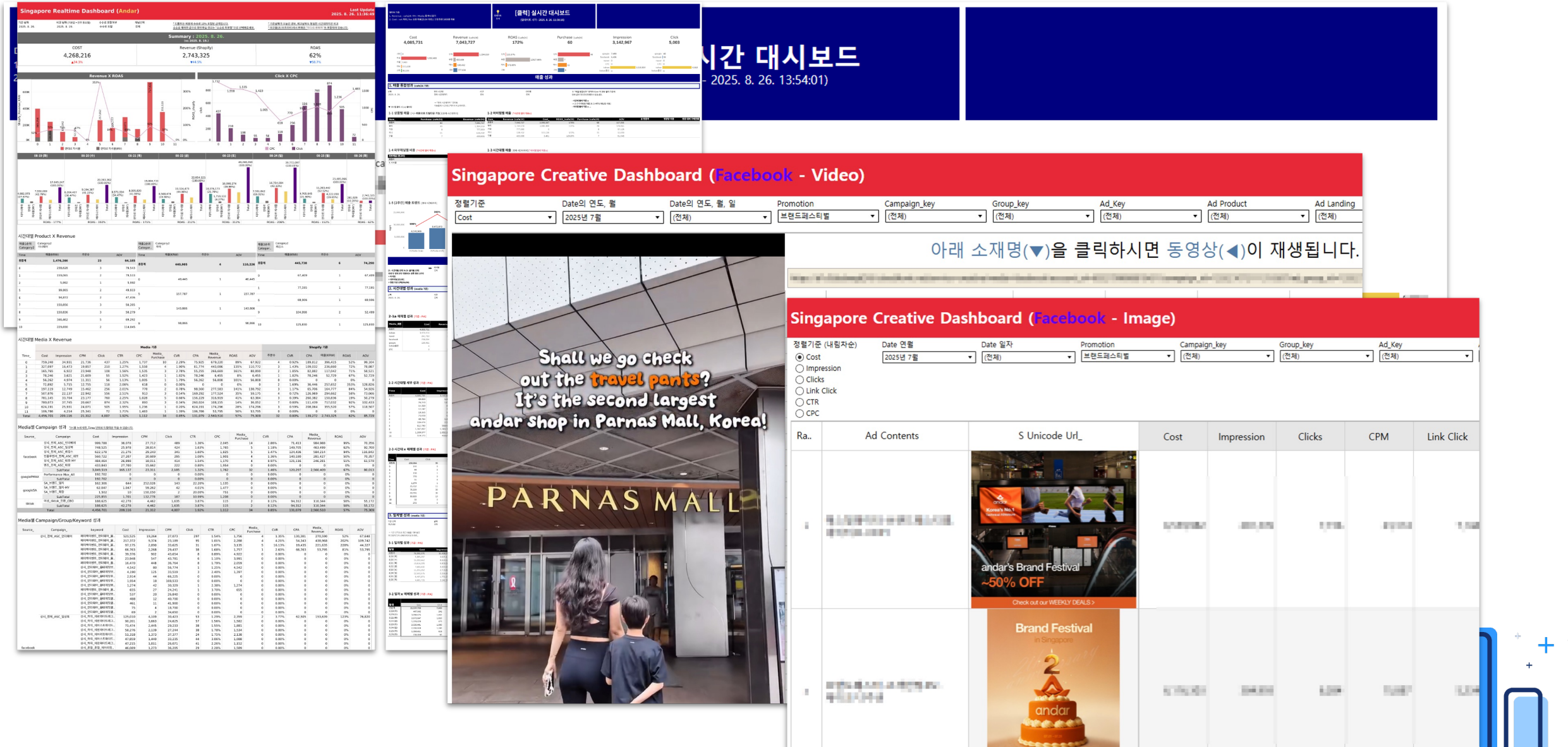
- 전사에서 확실한 니즈 확인, 하지만
- 비표준화된 제작 방식으로 적용 시 비효율 예상
- 모든 계정을 각각 요청준대로 제작 시 관리 어려움 예상

단계별 확장으로 리소스 효율적 운용

- 단계1: 첫 계정 대상 POC 형태의 간결한 대시보드 구축
- 단계2: 표준 대시보드 형태로 전사 확장
- 단계3: 일부 계정별 맞춤 로직 및 커스터마이징

실시간 대시보드 예시

Tableau DataFest



레슨런

빠른 속도의 데이터 환경을 구축하기 위해서는

1. 실시간은 기본적으로 사용량이 매우 커서 절대적인 데이터 처리 성능과 사용성이 요구되므로
   이에 대한 기술 기반 마련이 선행 되어야 함

2. 데이터 처리 속도와 비용에 대한 균형은 불가피하므로
   각각의 사용 상황 파악 후 의사 결정 필요

3. 사용자들을 고려한 사용성 높은 서비스 기획이 필요

1. 전사 단위로 대시보드 확장 시 단계별 확장 권장

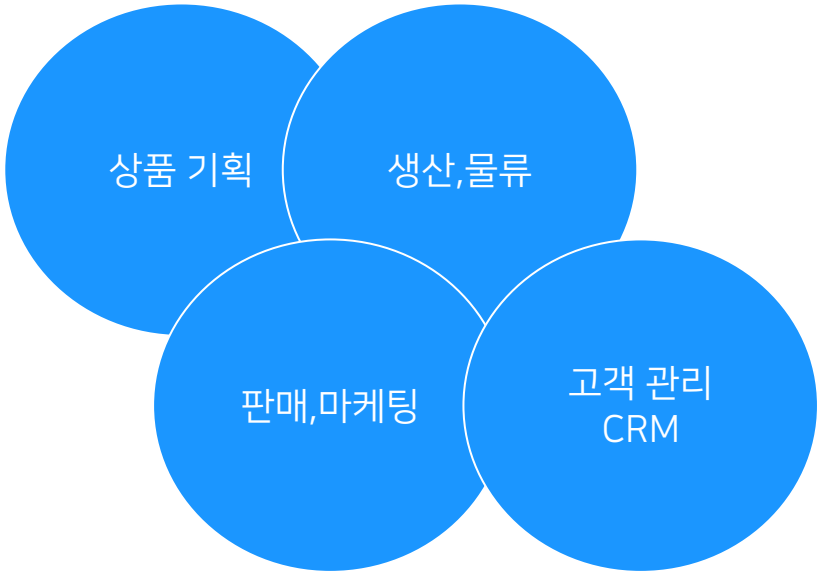
Tableau DataFest

인덱스 분석 대시보드 사례

Case 2

인뎁스(in-depth) 분석 니즈 대응방식의 기존 한계점

다양한 부서의 데이터 심화 분석 니즈에 대해 즉각적인 대응 및 가치 창출 어려웠음



다양한 부서의
인뎁스(in-depth) 분석 니즈

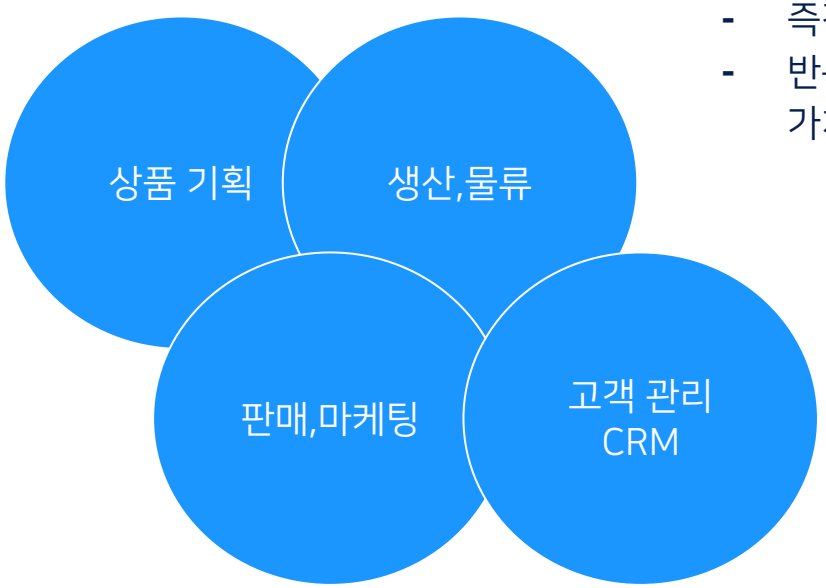
DATA TEAM

순차적 처리..
오랜 기다림…

즉각적 대응 어려움

인덱스 분석이 가능한 대시보드 제공

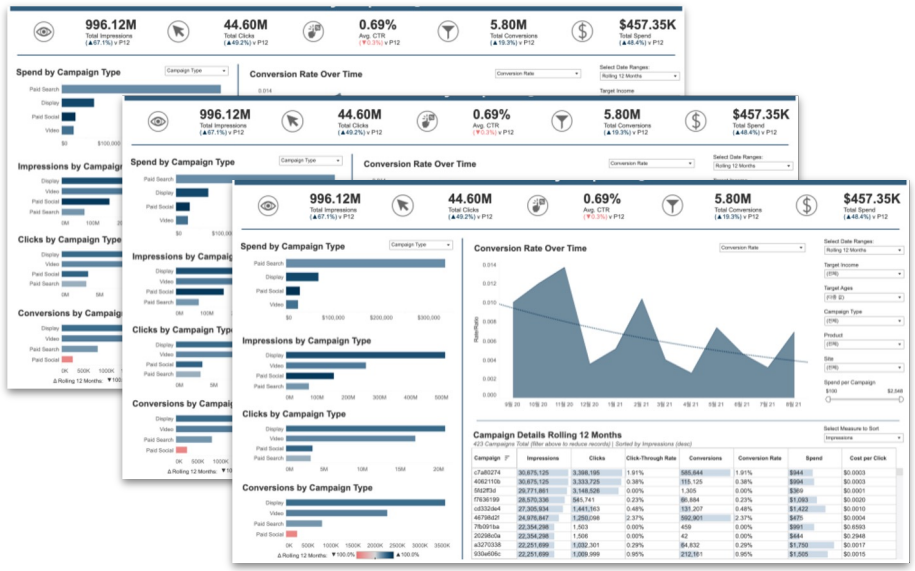
질문에 대한 답변 속도 높이고, 이를 통한 액션의 변화 & 성과의 증대 가능케 함



다양한 부서의
인덱스(in-depth) 분석 니즈

- 즉각적 QnA 가능
- 반복적 사용 통해
  가치 창출 이끌어냄*

(예시용) 외부 퍼블릭 대시보드 이미지



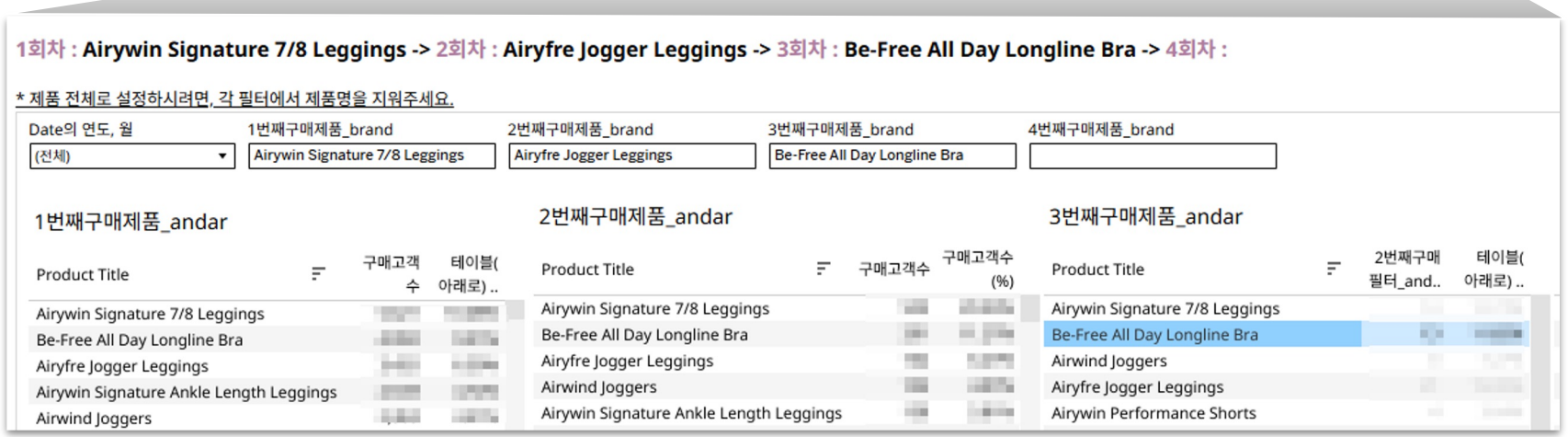
인덱스(in-depth) 분석 대시보드 제공

인덱스 분석 대시보드 사례

문제 상황별 핵심 인사이트 제공하여 성과 증대에 기여

Tableau DataFest

	1. 문제 상황 및 니즈	2. 대시보드 제공 답변	3. 액션 및 성과
CASE A	[사용자] 자사몰 마케팅 담당자 [상황] 필요한 데이터 수기로도 확인 어려움	" A 제품과 같이 구매되는 상품이 뭐야?" 전반적인 상품 교차 판매 트렌드 분석 가능	- 신규 세트(set) 상품 다수 기획 - 특정 상품 맞춤형 프로모션 실행 ▶ 다구성 인기 세트상품 발굴



인덱스 분석 대시보드 사례

문제 상황별 핵심 인사이트 제공하여 성과 증대에 기여

Tableau DataFest

	1. 문제 상황 및 니즈	2. 대시보드 제공 답변	3. 액션 및 성과
CASE B	[사용자] CRM 담당자 [상황] 분석 복잡해 신속한 확인 어려움	"고객군별 N회차 구매상품이 뭐야?" 고객 단위 첫구매 및 재구매 상품 분석 가능	- CRM 발송 타겟 및 스킴 기획시 활용 - 재구매 유도 캠페인 전략에 활용 ▶ 재구매율 00% 향상

5) 주문 회차별 구매 상품 (고객수 기준) *회차별 합이 100

Product Title
(전체)
- 고객들의 주문 회차별로 구매한 상품 집계 (고객 수)

Product Title	Total	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Airywin Flare Leggings (Short)											
Be-Free Breathe Bra											
Airywin Sweetheart Longline Bra											
Airtouch Pace Cropped Short Sleeve											
Icemooth Jogger Leggings											

인덱스 분석 대시보드 사례

문제 상황별 핵심 인사이트 제공하여 성과 증대에 기여

Tableau DataFest

	1. 문제 상황 및 니즈	2. 대시보드 제공 답변	3. 액션 및 성과
CASE C	[사용자] 사이트 UX 담당자 [상황] 상품상세페이지 랜딩 효과 판단 불가	“B 상세페이지 개편 전후 효과 증대 어때?” 페이지별 유입>클릭>전환 효율 비교 가능	- 상세페이지 랜딩 지속 디벨롭 - 성과 우수 랜딩 기준 트래픽 집중 ▶ 전환율 00% 증대

[andar JP] 제품별 전환율 *상품명(Kr) 마우스오버시, + 버튼 클릭가능

상품명(Jp)	상품명(Kr)	노출수(GA4)	담아놓기 수(GA4)	담노율(%)	구매건수(GA4)	구매건수(Shopify)	판노율(%)	매출(GA4)	매출(Shopify)
Airstワイドパンツ	에어스트 와이드 팬츠								
[2SET]エアクーリングGINIレギンス(くすみ)	[2SET] 에어쿨링 GINI 레깅스(쿠스미)								
[2SET]エアクーリングGINIレギンス(ディープ)	[2SET] 에어쿨링 GINI 레깅스(딥)								
AiryFitワイドパンツ	에어리핏 와이드 팬츠								
Airywinマキシワイドレギンス	에어리윈 맥시 와이드 레깅스								

인덱스 분석 대시보드 사례

문제 상황별 핵심 인사이트 제공하여 성과 증대에 기여

Tableau DataFest

	1. 문제 상황 및 니즈	2. 대시보드 제공 답변	3. 액션 및 성과
CASE A	[사용자] 자사몰 마케팅 [상황] 필요한 데이터	같이 구매되는 품 교차 판매	세트(set) 상품 다수 기획 상품 맞춤형 프로모션 실행 성 인기 세트상품 발굴
CASE B	[사용자] CRM 담당자 [상황] 분석 복잡해 신속	회차 구매상 첫구매 및 재구	발송 타겟 및 스킴 기획시 활용 재 유도 캠페인 전략에 활용 재구매율 00% 향상
CASE C	[사용자] 사이트 UX 담당자 [상황] 상품상세페이지 랜딩 효과 판단 불가	"B 상세페이지 개편 전후 효과 증대 어때?" 페이지별 유입>클릭>전환 효율 비교 가능	- 상세페이지 랜딩 지속 디벨롭 - 성과 우수 랜딩 기준 트래픽 집중 ▶ 전환율 00% 증대

Data Engineering

ECHO MARKETING®

BI (Business Intelligence) Engineering

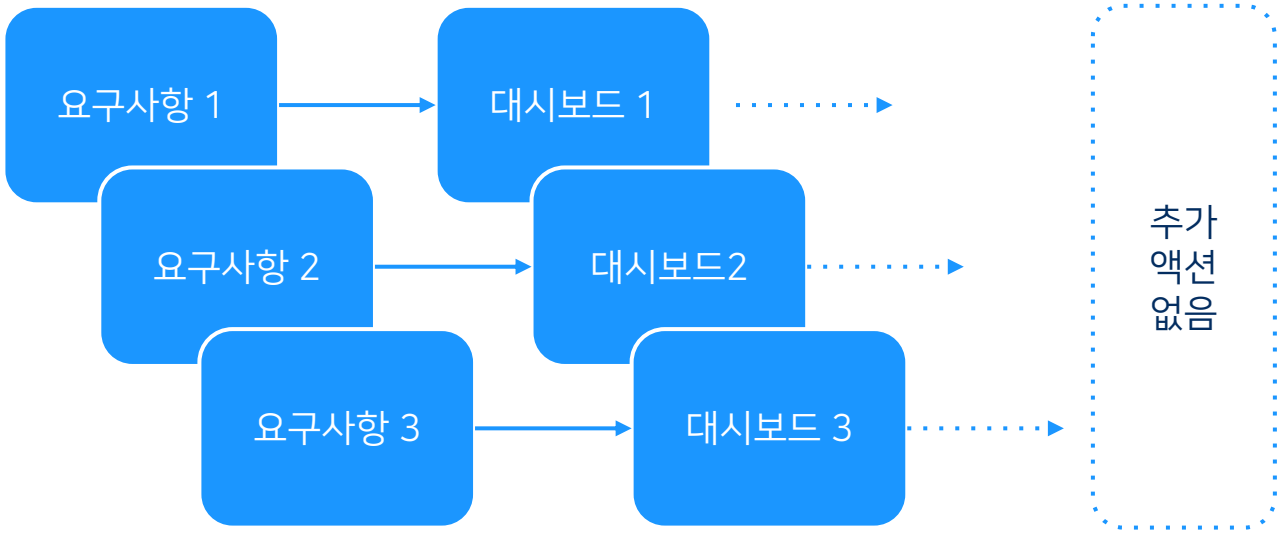
+ a b | e a u

from Salesforce

인덱스 분석 대시보드 - 도입 과정 [as-was]

개별 요구사항 단위로 모두 대응 시 효과가 나오지 않는 경우 다수 존재

[이전의 대시보드 구축 이후 상황]



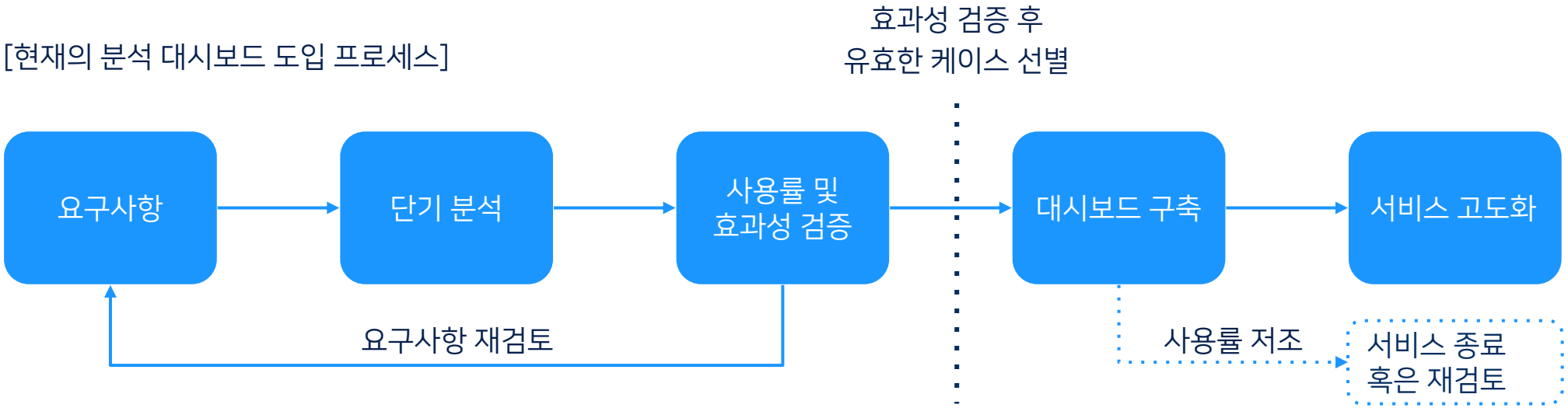
대시보드 구축 이후

1) 사용률 저조하거나
2) 액션 변화로 이어지지 않는 경우 다수

인덱스 분석 대시보드 - 도입 과정 [as-is]

사전에 분석 주제별 효과 검증 단계 거친 후, 유효한 케이스 선별하여 대응

[현재의 분석 대시보드 도입 프로세스]

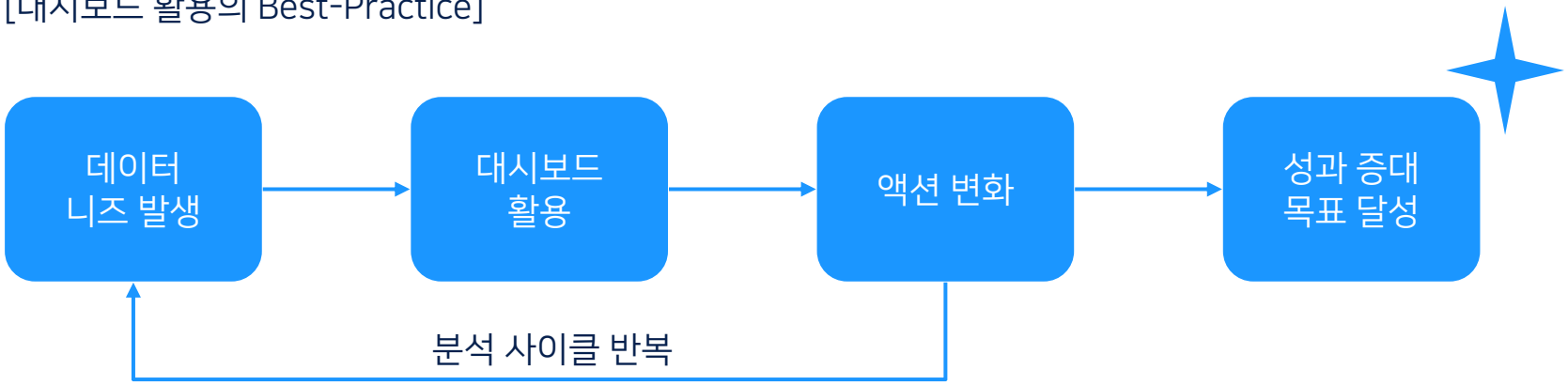


a. 상품 구매패턴 분석	a. CRM 액션 & 상품개발에 활용	a. 대시보드 구축	a. -
b. 사이트 행동 분석	b. 페이지 개발에 활용 → 전환율 증대 케이스	b. 대시보드 구축	b. 대시보드 고도화
c. 재고 현황 파악	c. 운영에 즉각 활용 → 리소스 절감 00%	c. 대시보드 구축	c. 자동화 솔루션 구축
d. 기타 요구사항	d. 1회 분석 이후 FU 니즈 없음	d. X	d. X

인뎁스 분석 대시보드의 효과 극대화

이를 통해 “진짜 가치”를 만들어낼 수 있는 곳에 집중하여 대시보드 효과 극대화

[대시보드 활용의 Best-Practice]



레슨런 및 향후 방향성

대시보드의 “진짜 가치” 발현을 위한 고려사항

레슨런

- 대시보스의 진짜 가치는 액션 변화와 성과 증대에 있음
- 이를 이끌어내기 위해서는 반복적인 분석-액션이 필요
- 해당 주제가 유효한 주제인지 사전에 선별 필요
- 데이터 인력과 현업과의 적극적인 협업과 소통 필요

AI 혁신

- AI 활용 시 더욱 넓고 깊은 인사이트를 모두에게 제한 없이 제공할 수 있는 환경 조성 가능
- 에코마케팅은 AI 를 통한 데이터 가치 혁신을 위해 다양한 연구 및 실무 적용 중
- “잘 쓰이고” “가치가 보이는” AI 서비스 개발 목표

Tableau DataFest

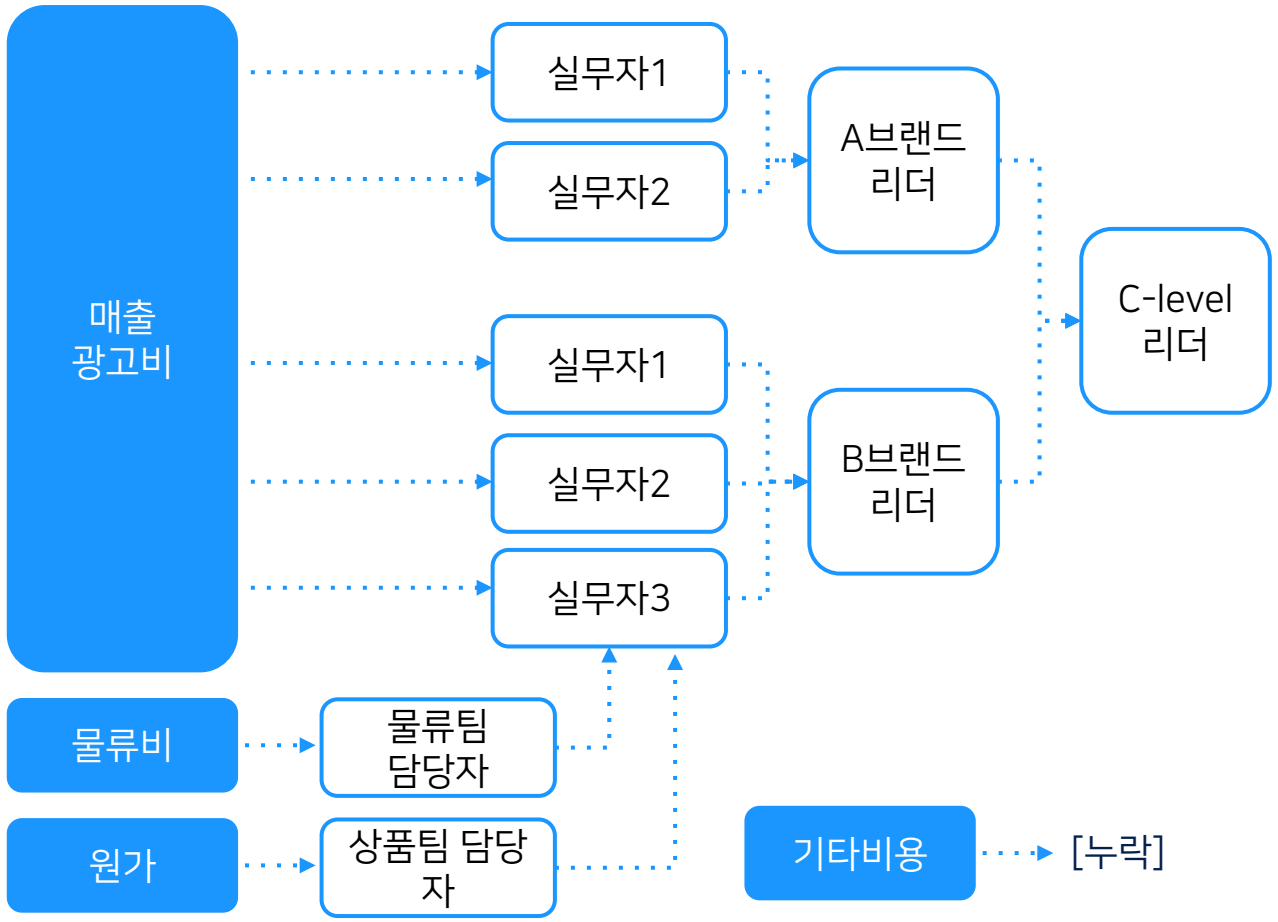
비즈니스 통합 성과 대시보드 사례

Case 3

비즈니스 통합 성과 확인의 어려움

기존 수기 취합 방식에서는 느린 속도를 포함한 여러 문제점이 존재했음

[이전의 전사 성과 취합 프로세스]



[문제점]

① 데이터 취합 및 전달 속도 느림
- 브랜드/사업부별 담당자가 직접 취합하여 결과 확인에 수일 이상 소요

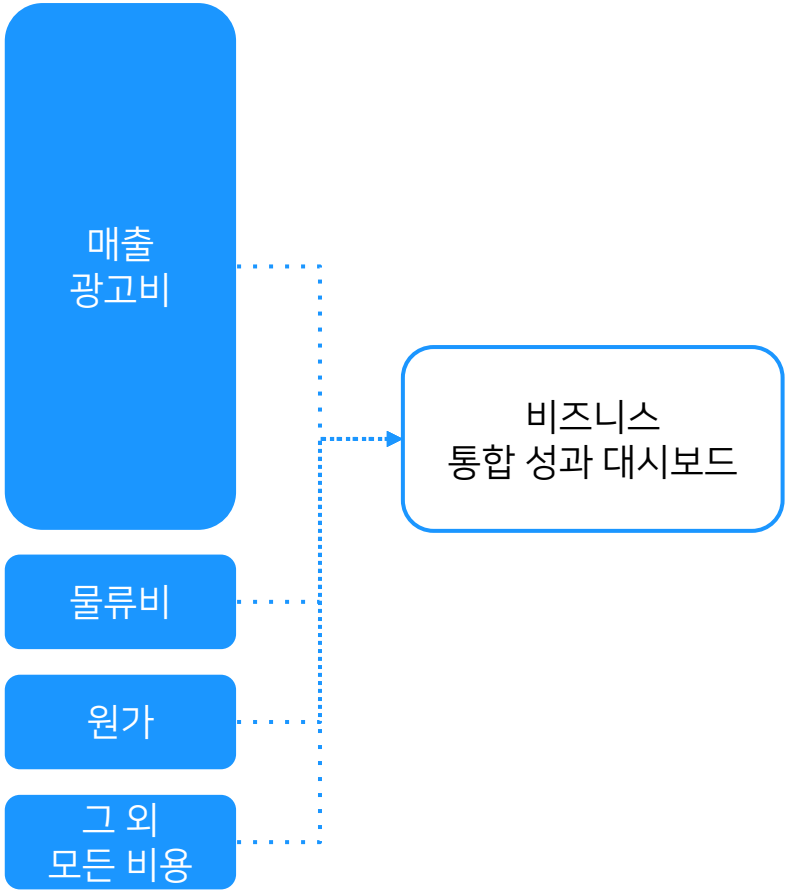
② 각자 상이한 기준으로 부정확한 수치
- 통일된 기준 아닐 수 있어서 결과의 정확도 신뢰 어려움

③ 누락 데이터 존재하여 불완전한 수치
- 취합 담당자 없어서 누락되는 경우
- 또는 수기 가공 어려워서 요약된 수치로만 취합되는 경우

비즈니스 통합 성과 대시보드 구축 이후

빠른 성과 확인 뿐 아니라 정확하고 깊이 있는 분석이 가능해짐

[현재의 통합 대시보드 구조]



[문제점 - 해결]

① 데일리 단위의 빠른 최신화
- 전체 브랜드의 손익 현황에 대해 언제든 전일까지의 성과 확인 가능

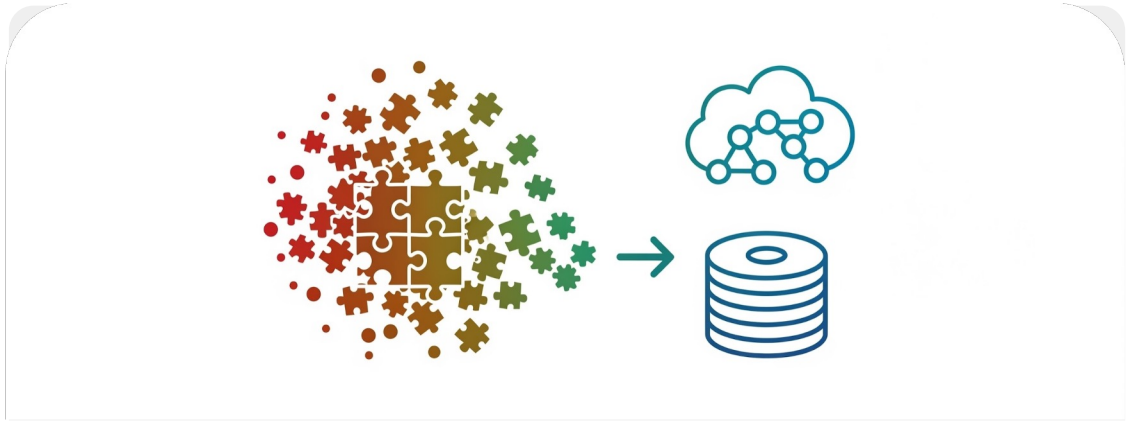
② 전 브랜드 통일된 기준으로 신뢰도 확보
- 매출,광고비,물류비,원가 등 다양한 데이터셋을 모두 통일된 기준으로 가공하여 브랜드 간 명확한 비교 가능

③ 전체 범위에 대한 인덱스 분석까지 가능
- 기간/브랜드/상품/채널/국가 등 세밀한 비교 분석 가능

*C-Level 의사결정자의
투자/회수/액션 결정에 근거로 활용
*회사 전체 리소스의 효율적 운영에 기여

비즈니스 통합 성과 대시보드 - 도입 과정 (challenge)

데이터 통합 과정에서 분산된 위치, 상이한 기준 등이 가장 큰 어려움이었음



분산된 데이터 취합의 어려움

- 다양한 채널과 부서에 데이터 분산되어 있었음
- 수집 위치와 수칩 방식이 상이하여 개별 요구사항 파악하고 자동화 개발하는 데에 시간 많이 소요됨

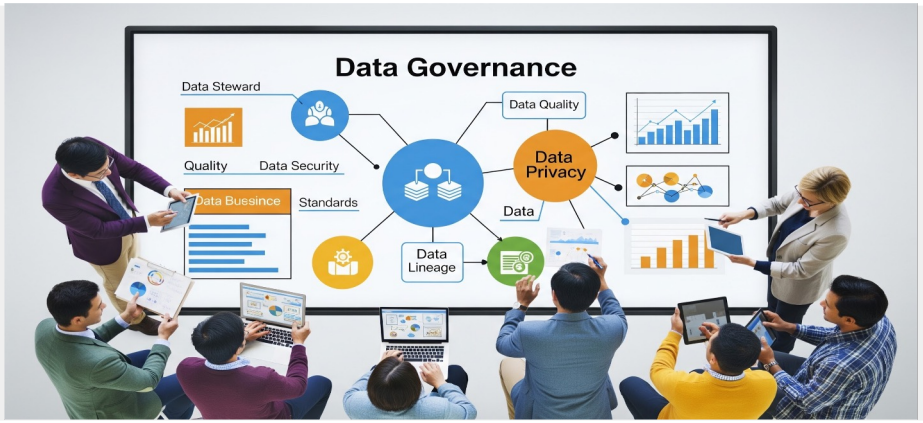
데이터 사용 방식의 거버넌스 부재

- 매출/비용 데이터의 가공 기준과 분석 기준이 하나로 통일되어 있지 않았음
- 데이터 거버넌스의 부재로 여러가지 혼선 발생

비즈니스 통합 성과 대시보드 - 도입 과정 (approach)

Tableau DataFest

전사 데이터의 통합 환경과 거버넌스를 구현하기 위해서는 모든 구성원의 적극적 참여가 필요



부서간 긴밀한 소통과 협업

- 여러 데이터 사용 및 생산 부서들이 적극적으로 협조해주고 정보를 전달해줘야 원활한 진행이 가능
- C-Level 단에서 데이터 통합 필요성을 전사적으로 홍보하고 인식을 고취하는 것이 중요

통합을 위한 데이터 거버넌스 수립

- 데이터를 어떻게 볼지에 대한 통일된 기준 논의 및 수립
- 논의 과정에서 C-Level 의 데이터 의사결정 방식을 명확하게 이해하고 상호 협의하는 과정이 중요
- 또한 실무 리더들의 적극적인 참여와 이해가 필요

레슨런

비즈니스 단위의 통합 데이터 환경 구축을 위해서는

분산된 데이터를 통합하고, 상이한 기준을 통일하는 거버넌스 구축이 관건

- 이를 위해 C-Level 의사결정자들이 이에 대한 필요성과 어려움을 인식하는 것이 시작
- 모든 실무진들이 적극적으로 참여할 수 있도록 전사적 인식 고취 필요
- 그래야 부서 간 빠른 정보 공유, 적극적 협력, 지속적인 유지보수 가 가능해짐

Tableau DataFest

Summary

“모두가 데이터를 정말 잘 쓰는 회사”
“Tableau를 활용한 대시보드 환경 최상”
“AI 를 통한 앞으로의 혁신 기대”

Tableau DataFest